

BAB I

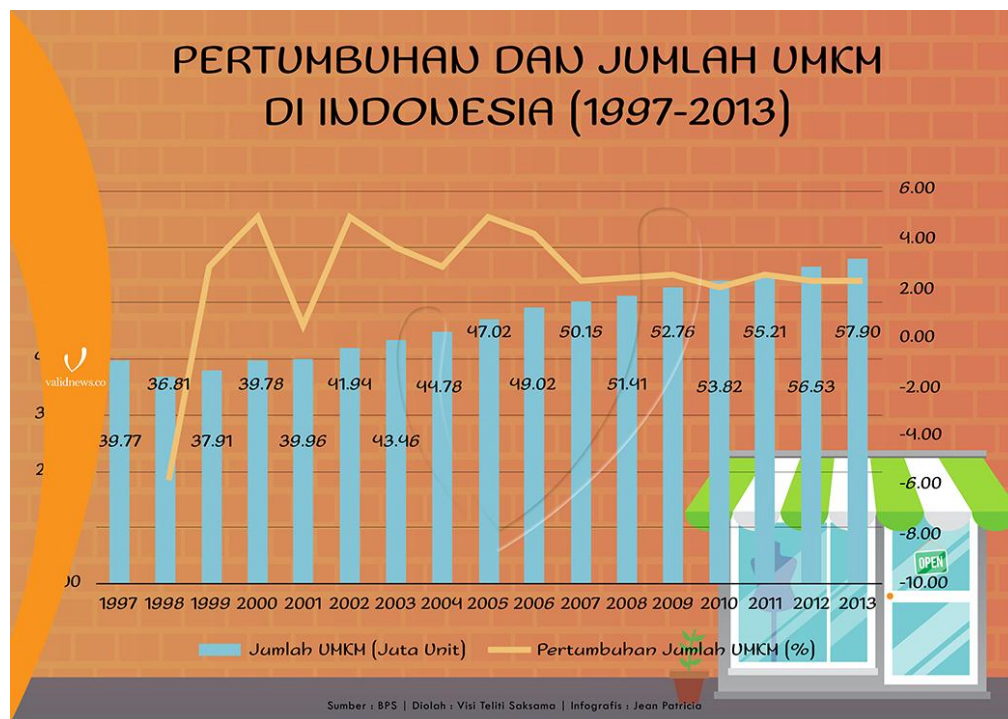
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan jaman yang semakin maju, persaingan suatu bisnis menjadi sangat kompetitif. Dengan persaingan bisnis ini, para pelaku bisnis memiliki caranya masing-masing dalam mengembangkan dan mempertahankan bisnisnya agar tetap bertahan dan berkembang usahanya. Salah satunya bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), perkembangan dari tahun ke tahun bisnis UMKM sangat berkembang dan menjamur di hampir setiap sudut kota atau daerah. Perkembangan ini membuat peluang bagi setiap orang dalam menciptakan lapangan baru. Ditambah lagi bisnis UMKM menjadi sangat penting bagi suatu negara khususnya Indonesia dikarenakan bisnis ini menjadi pendorong utama bagi penggerak pertumbuhan ekonomi, inovasi, ketenagakerjaan dan integrasi social (Eurostat, 2009). Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) juga memiliki peranan yang sangat vital didalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara berkembang seperti Indonesia tetapi juga di negara-negara maju. Di Indonesia peranan UMKM selain berperan dalam pertumbuhan pembangunan dan ekonomi, UMKM juga memiliki peranan yang sangat penting dalam mengatasi masalah pengangguran. Tumbuhnya usaha mikro menjadikannya sebagai

sumber pertumbuhan kesempatan kerja dan pendapatan. Dengan banyak menyerap tenaga kerja berarti UMKM juga punya peran strategis dalam upaya pemerintah dalam memerangi kemiskinan dan pengangguran. Ini artinya UMKM memiliki peran yang sentral dalam memajukan pembangunan di Indonesia. Tercatat perkembangan UMKM di Indonesia 1997 – 2013 adalah

Gambar 1.1 Perkembangan Pertumbuhan dan Jumlah UMKM di Indonesia



Sumber: Data BPS tahun 1997 - 2013

Ini menunjukkan bahwa perkembangan dari tahun ke tahun jumlah UMKM terus mengalami peningkatan terbukti dari data BPS dari tahun 1997 – 2013 jumlah UMKM dari 39,77 juta unit menjadi 57,90 artinya dari kurun waktu ± 16 tahun peningkatannya hampir $\pm 50\%$. Hal ini sangat dimungkinkan akan akan terus berlanjut perkembangan ke tahun 2014, 2015, 2016 bahkan

sampai 20 tahun kedepan. Dengan perkembang ini menjadikan potensi UMKM sangatlah besar dalam memberikan peluang bagi masyarakat golongan menengah ke bawah. Dan Juga pada provinsi Jawa tengah tercatat jumlah UMKM dari 2008-2017 adalah:

Gambar 1.2 Perkembangan Jumlah UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah (Unit)



Sumber: Data Dinas Koperasi UKM Provinsi Jawa Tengah tahun 2008-2017

Telihat Gambar 1.2 perkembangan UMKM di Jawa tengah menunjukkan bahwa tahun 2008 sampai 2017 mengalami peningkatan dari 64.294 sampai 118.201. Ini menggambarkan kurun waktu 10 tahun belakangan ini perkembangan jumlah UMKM mengalami peningkatan yang pesat yaitu sekitar lebih dari 50%. Potensi yang dimiliki ini membuat Pemerintah melakukan upaya dalam mendorong, memperdayakan dan memberikan peluang akses yang sebesar-besarnya bagi masyarakat untuk menciptakan lapangan pekerjaan. Sinergi yang diberikan pemerintah dengan melalui penetapan Undang-Undang No. 28 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, Menengah yang memiliki

beberapa point aturan yang berkaitan erat dengan implementasi Keuangan Berkelanjutan di Indonesia. beberapa point aturan tersebut terdiri atas pasal-pasal berikut ini:

1. Bab II Asas dan Tujuan Pasal 2 mengatur bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah berasaskan berwawasan lingkungan. Yang dimaksud dengan "asas berwawasan lingkungan" adalah asas pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang dilakukan dengan tetap memperhatikan dan mengutamakan perlindungan dan pemeliharaan lingkungan hidup.
2. Bab VI Pasal 20 mengatur bahwa Pemerintah dan Pemerintah Daerah memfasilitasi pengembangan usaha dengan cara memberikan insentif bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah mengembangkan teknologi dan kelestarian lingkungan hidup.
3. Bab VII Pembiayaan dan Penjaminan Pasal 22 menjelaskan bahwa dalam rangka meningkatkan sumber pembiayaan Usaha Mikro dan Usaha Kecil, Pemerintah melakukan upaya: Pengembangan sumber pembiayaan dari kredit perbankan dan lembaga keuangan bukan bank; Pengembangan lembaga modal ventura; Pelembagaan terhadap transaksi anjak piutang;

Dengan penetapan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 diharapkan mampu menumbuhkan, mendorong, memperbadayakan, memberikan penjaminan dan pembiayaan, serta menjadikan kemitraan para pelaku usaha

dalam menciptakan pemerataan pembangunan. UMKM memiliki sektor yang sangat banyak akan tetapi penelitian ini menggunakan sektor ritail dimana sektor ini dipandang memiliki perkembangan yang dinamis. Walaupun dinamis, industry ritel diprediksi akan meningkat tiap tahunnya dan dipandang industry yang menguntungkan untuk segala jenis usaha ritel seperti supermarket, *convenience store*, *Department Store* dan *Nonstore Retailer (E-Commerce)*. Meningkatnya industry ritel di Indonesia disebabkan oleh: 1) struktur demografi Indonesia yang mendominasi penduduk usia muda yang akan meningkatkan tenaga kerja produksi dengan *disposable income* dan kebutuhan yang juga makin tinggi, 2) Perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat Indonesia, 3) Jumlah kelas berpendapatan menengah yang terus bertambah.

Namun, tahun 2015 ekonomi Indonesia mengalami kelesuan menyebabkan industri ritel pun terkena imbasnya. Perkembangan industri ini terpantau melambat yang disebabkan oleh turunnya daya beli masyarakat, indeks kepercayaan konsumen (IKK) serta lemahnya nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika Serikat. Dalam hal potensi di masa depan, industri ritel di Indonesia dilihat masih memiliki potensi besar untuk jangka menengah dan panjang mengingat Indonesia menempati posisi ke 12 dari 30 negara berkembang tujuan investasi ritel. Hal ini dapat dibuktikan dengan tumbuhnya beberapa perusahaan ritel baru di Indonesia dalam kurun waktu dua tahun terakhir di tengah melambatnya ekonomi di Indonesia. Industri ritel juga

dipandang mampu berkontribusi mengurangi angka pengangguran di Indonesia dikarenakan industri ini cukup memberikan kontribusi positif terhadap kemajuan perekonomian skala lokal dan nasional. Dukungan pemerintah dan masyarakat terhadap pengembangan potensi ritel lokal pun menjadi salah satu faktor makin berkembangnya perusahaan-perusahaan di sektor industri ini sehingga dapat meningkatkan kebutuhan tenaga kerja baru yang potensial dan berkualitas.

Seiring dengan berkembangnya sektor industri ritel di Indonesia pemerintah perlu melakukan pemerataan pembangunan terkait dengan konsentrasi industri dan kegiatan ekonomi yang kebanyakan masih berpusat di pulau Jawa. Dikarenakan hal ini dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap pengembangan industri tersebut. Mengingat bahwa pengembangan ritel di daerah masih terbatas, lantaran banyak daerah yang belum memiliki ketentuan tentang tata ruang dan belum adanya ketentuan daerah tentang rencana detail tata ruang yang membuat pengusaha ritel di daerah tidak berkembang.

Konsentrasi industri dan kegiatan ekonomi juga akan mempengaruhi daya beli masyarakat daerah dimana mereka akan mengalami kesulitan dalam menemukan barang-barang yang mereka butuhkan sehingga mereka banyak beralih membeli barang melalui *online store*. Itupun juga di wilayah kota-kota besar yang kecenderungannya masyarakat modern, bagaimana jika di wilayah yang masih terhambat jangkauan jaringan internet, pola pikir masyarakat yang

masih tradisional, dan jasa pengiriman. Meskipun keadaan ekonomi di Indonesia melambat di tahun 2015, industri ritel masih diprediksi akan terus berkembang hingga tahun 2017 bahkan sampai beberapa tahun ke depan. Hal ini disebabkan karena beberapa faktor pendukung seperti demografi yang dimiliki Indonesia, meningkatnya masyarakat kelas menengah dan perubahan gaya hidup, serta konsep wirausaha yang saat ini sedang berkembang pesat di masyarakat Indonesia yang mana salah satunya berinvestasi pada pengembangan ritel-ritel lokal.

Setiap industri ritel akan mencari cara unggul dalam dunia bisnis yang sangat kompetitif dalam melihat lingkungan sekitar dan mempertimbangkan perannya dalam rantai pasokan tempatnya beroperasi. Semakin banyak perusahaan membeli akan meningkatkan efisiensi pemasok itu sendiri sehingga akan semakin menyadari kebutuhan yang dibangun antara perusahaan dengan pemasok secara efisien. Terbangun hubungan antara perusahaan dan pemasok akan membuat kepercayaan meningkat. Kepercayaan menjadi sangat penting dalam membangun hubungan antar perusahaan dalam jangka panjang. Dengan kepercayaan tersebut baik mitra bisnis maupun pelanggan akan sepenuhnya memiliki pandangan yang positif terhadap perusahaan yang mengakibatkan produk yang dikeluarkan akan dianggap baik oleh konsumen atau dari mitranya akan memiliki keyakinan pada perusahaan dalam memenuhi janji sehingga kinerja perusahaan yang tercipta juga akan meningkat.

Tidak hanya kepercayaan tetapi juga kepuasan akan menjadi salah satu yang memiliki peran penting untuk kesuksesan bisnis apapun. Kepuasan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kepuasan dalam bentuk hubungan bisnis ke bisnis atau mitra bisnis. Hubungan bisnis dengan mitra bisnis didefinisi sebagai proses dimana banyak organisasi membentuk ikatan social, ekonomi, layanan dan teknis yang kuat dan luas dari waktu-waktu dengan tujuan menurunkan jumlah biaya tertentu dan atau meningkatkan nilainya sehingga mencapai saling menguntungkan (Ritter et, al., 2004; Schurr, 2007). Dalam kebanyakan hubungan bisnis ke bisnis akan berjuang untuk membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang sebagai target utama untuk kesuksesan aktivitas bisnisnya. Perusahaan lebih sering memperhatikan kesuksesan antar pihak yang saling berinteraksi untuk saling menguntungkan. Menurut Galbreath (2002) unsure utama kesuksesan hubungan dengan mitra adalah kolaborasi dan komunikasi melalui integrasi elektronik. Sedangkan menurut Cohen (2006) menunjukkan bahwa dalam oragniasasi, perilaku kooperatif didasarkan pada pengoperasian system norma antar organisasi, yang merupakan pemahaman umum tentang cara menjalanakn bisnis melalui fasilitas interaksi dalam system social. Hubungan ini akan ditandai dengan motif yang melibatkan tujuan yang kompatibel. Bila hubungan dalam bisnis dengan mitranya saling mengenali akan membuat saling ketergantungan dan akan melakukan komitmen untuk bekerja menuju hubungan yang saling menguntungkan. Ketika sudah terbangun hubungan dengan komitmen yang

tinggi artinya hubungan antar bisnis memiliki kepuasan hubungan bisnis dengan mitranya sehingga akan memunculkan kinerja bisnis yang positif dan tinggi pula. Berdasarkan penjelasan diatas maka judul yang diajukan adalah: “Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Kinerja Bisnis UMKM.”

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan penjelasan masalah diatas maka dalam penelitian ini merumuskan masalahnya adalah:

1. Bagaimana Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kinerja Bisnis UMKM?
2. Bagaimana Pengaruh Kepuasan Terhadap Kinerja Bisnis UMKM?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusalah masalah yang diajukan maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kinerja Bisnis UMKM?
2. Untuk menganalisis peengaruh Kepuasan Terhadap Kinerja Bisnis UMKM?

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa manfaat yang dapat diambil yaitu:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini memiliki untuk memahami bahwa tidak hanya kepuasan dan kepercayaan yang difokuskan pada konsumen akan tetapi secara teoritis pememahannya pada kepuasan dan kepercayaan hubungan

bisnis dengan mitra bisnis yang mempengaruhi kinerja bisnisnya sehingga penelitian ini difokuskan pada hubungan bisnis dengan mitranya.

2. Secara Praktisi

Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pelaku usaha akan pentingnya kepercayaan dan kepuasan hubungan dengan mitra dengan terjalin hubungan yang baik dengan mitranya akan membentuk kepercayaan dan kepuasan dalam bisnisnya sehingga akan terbangun kinerja bisnis yang positif dan sebagai bahan pertimbangan dalam menciptakan kinerja bisnis, beberapa yang perlu diperhatikan yaitu kepercayaan dan kepuasannya.